

**MOTIF PEMBACA PADA MAJALAH MEN'S HEALTH**  
(Studi Deskriptif Motif Pembaca Pada Majalah Men's Health Di Surabaya)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Pada Fisip UPN "Veteran"  
Jawa Timur



Disusun Oleh :

Zildhan Pradita  
0843010035

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA  
2012

MOTIF PEMBACA PADA MAJALAH MEN'S HEALTH  
(Studi Deskriptif Motif Pembaca Pada Majalah Men's  
Health Di Surabaya)

Oleh

Zildhan Pradita  
0843010035

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 13 Desember 2012

Menyetujui

Pembimbing Utama

Tim Penguji  
1. Ketua

Dra. Herlina Suksmawati, Msi  
NIP. 19641225 199309 2001

Ir. H. Didiek Tranggono, MSi  
NIP. 1958 1225199001 1001

2. Sekretaris

Dra. Herlina Suksmawati, Msi  
NIP. 19641225 199309 2001

3. Anggota

Dra. Dyva Claretta, MSi  
NPT. 366019400251

Mengetahui

Dekan

Dra. Ec. Hj. Suparwati, MSi  
NIP. 1955 0718198302 2001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan YME, yang telah melimpahkan karunianya-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini atas bantuan dari beberapa pihak. Pada kesempatan yang baik ini, perkenankan penulis dengan menyampikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu guna mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis dengan rasa hormat yang mendalam mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dra. Ec. Hj. Suparwati, MSi., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Juwito, S. Sos., MSi., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dra. Herlina Suksmawati, Msi, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu guna membantu, memberi masukan dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Semua dosen dan staff dosen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
6. Orang tuaku tercinta, yang telah memberikan bantuan baik materiil maupun moril, serta do'a.
7. Semua pihak yang telah banyak membantu yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya..

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan guna meningkatkan mutu dari penulisan skripsi ini. Penulis juga berharap, penulisan skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi acuan bagi peneliti lain yang tertarik untuk mendalaminya di masa yang akan datang.

Surabaya, Desember 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori .....	9
2.1.1. Pengertian Komunikasi .....	9
2.1.2. Fungsi Komunikasi .....	10
2.1.3. Proses Komunikasi Bermedia .....	11
2.1.4. Media Massa .....	12
2.1.5. Peran Media Masaa .....	13
2.1.6. Karakteristik Majalah .....	15
2.1.7. Fungsi Majalah .....	16
2.1.8. Kelebihan dan Kekurangan Majalah .....	17

2.1.9. Majalah Men's Health .....	18
2.1.10. Majalah Sebagai Media Masa .....	19
2.1.11. Motif .....	21
2.1.12. Teori Uses And Gratifications .....	24
2.2. Kerangka Berpikir .....	26

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian .....	29
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	29
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	38
3.3.1. Populasi .....	38
3.3.2. Sampel .....	38
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel .....	40
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.5. Teknik Analisis Data .....	40

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	43
4.1.1. Gambaran Umum Majalah Men's Health .....	43
4.1.2. Gambaran Umum Masyarakat Surabaya .....	44
4.2. Penyajian Data dan Analisis Data .....	45
4.2.1. Identitas Responden .....	45
4.2.2. Penggunaan Media .....	47
4.2.3. Motif Responden Membaca Majalah Men's Health .....	49

4.2.3.1.Motif Kognitif .....	49
4.2.3.2.Motif Identitas Personal.....	60
4.2.3.3.Motif Integratif dan Interaksi Sosial.....	71
4.2.3.4.Motif Diversi .....	82
4.2.4. Kategorisasi Motif Secara Keseluruhan .....	93

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan .....	95
5.2. Saran .....	96

## DAFTAR PUSTAKA

## KUESIONER

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Penentuan Jumlah Sampel .....	39
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	46
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Frekuensi Membaca Majalah Men's Health Setiap Bulannya .....	47
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Durasi Setiap Kali Membaca Majalah Men's Health.....	48
Tabel 4.6. Motif Kognitif Responden Menambah Wawasan Atau Pengetahuan Baru Tentang Body Building Atau Membentuk Tubuh.....	49
Tabel 4.7. Motif Kognitif Responden Mendapatkan Informasi Tentang Perkembangan Dunia Mode Pria.....	50
Tabel 4.8. Motif Kognitif Responden Mendapatkan Informasi Tips Tentang Berhubungan Sex Yang Baik Dengan Pasangan.....	51
Tabel 4.9. Motif Kognitif Responden Mendapatkan Ingin Informasi Mengenai Perawatan Tubuh Pria .....	52
Tabel 4.10. Motif Kognitif Responden Ingin Menambah Wawasan Tentang Nutrisi Makanan Sehat.....	53
Tabel 4.11. Motif Kognitif Responden Mendapatkan Mendapatkan Tambahan Informasi Mengenai Teknik Dalam Dunia Olahraga ...	54



Tabel 4.12. Motif Kognitif Responden Menambah Wawasan Tentang Dunia Otomotif.....	55
Tabel 4.13. Motif Kognitif Responden Mendapatkan Informasi Menjaga Hubungan Baik Dengan Pasangan .....	56
Tabel 4.14. Motif Kognitif Responden Menambah Informasi Mengenai Dunia Karir.....	57
Tabel 4.15. Motif Kognitif Responden Mendapatkan Informasi Mengenai Dunia Teknologi.....	58
Tabel 4.16. Motif Kognitif Responden Dalam Membaca Majalah Men's Health.....	59
Tabel 4.17. Motif Identitas Personal Responden Responden Ingin Mencari Model Yang Dapat Menjadi Contoh Dalam Membentuk Tubuh...	60
Tabel 4.18. Motif Identitas Personal Responden Ingin Mendapatkan Model Yang Dapat Menjadi Contoh Dalam Berbusana .....	61
Tabel 4.19. Motif Identitas Personal Responden Ingin Mendapatkan Model Yang Dapat Menjadi Contoh Penataan Rambut .....	62
Tabel 4.20. Motif Identitas Personal Responden Ingin Mengidentifikasi Diri Dengan Model Yang Ada Di Dalam Majalah.....	63
Tabel 4.21. Motif Identitas Personal Responden Responden Ingin Menemukan Penunjang Nilai-Nilai Pribadi Dalam Berolahraga...	64
Tabel 4.22. Motif Identitas Personal Responden Membantu Diri Agar Lebih Percaya Diri.....	65

Tabel 4.23. Motif Identitas Personal Responden Meningkatkan Keyakinan Untuk Hidup Sehat .....	66
Tabel 4.24. Motif Identitas Personal Responden Ingin Meningkatkan Semangat Untuk Berolahraga.....	67
Tabel 4.25. Motif Identitas Personal Responden Responden Ingin Menemukan Model Perempuan Yang Menjadi Dapat Dijadikan Pasangan .....	68
Tabel 4.26. Motif Identitas Personal Responden Responden Ingin Menjadikan Diri Lebih Semangat Untuk Terus Merawat Diri .....	69
Tabel 4.27. Motif Identitas Personal Responden Dalam Membaca Majalah Men's Health .....	70
Tabel 4.28. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Memperoleh Pengetahuan Tentang Keadaan Orang Lain Yang Berhasil Merubah Bentuknya Menjadi Ideal .....	71
Tabel 4.29. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Ingin Berbagi Informasi Mengenai Tips Dan Trik Dalam Dunia Fitness Dengan Orang Lain.....	72
Tabel 4.30. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Ingin Berbagi Informasi Mengenai Tips Merawat Tubuh Dengan Orang Lain....	73
Tabel 4.31. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Ingin Berbagi Informasi Mengenai Pola Hidup Sehat.....	74
Tabel 4.32. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Ingin Berbagi Informasi Mengenai Teknik Dalam Dunia Olahraga .....	75

Tabel 4.33. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Berbagi Informasi Mengenai Menjalinkan Hubungan Baik Dengan Pasangan Kepada Orang Lain.....	76
Tabel 4.34. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Berbagi Informasi Mengenai Dunia Otomotif Dengan Orang Lain.....	77
Tabel 4.35. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Ingin Berbagi Informasi Mengenai Dunia Teknologi Dengan Orang Lain .....	78
Tabel 4.36. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Ingin Berbagi Informasi Mengenai Kandungan Nutrisi Dalam Makanan Dengan Orang Lain .....	79
Tabel 4.37. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Ingin Untuk Ikut-Ikutan Membaca Majalah Men's Health.....	80
Tabel 4.38. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Dalam Membaca Majalah Men's Health.....	81
Tabel 4.39. Motif Hiburan Responden Ingin Bersantai Setelah Menjalankan Fitness .....	82
Tabel 4.40. Motif Hiburan Responden Ingin Bersantai Pulang Kerja.....	83
Tabel 4.41. Motif Hiburan Responden Ingin Menghilangkan Stres Karena Permasalahan Pribadi.....	84
Tabel 4.42. Motif Hiburan Responden Ingin Mencari Hiburan Dengan Melihat Model Cantik Untuk Merilekskan Diri.....	85
Tabel 4.43. Motif Hiburan Responden Ingin Melepaskan Diri Dari Permasalahan Pekerjaan.....	86

Tabel 4.44. Motif Hiburan Responden Ingin Memuaskan Hasrat Libido	
Dengan Melihat Cewek-Cewek Seksi .....	87
Tabel 4.45. Motif Hiburan Dalam Membaca Majalah Men's Health.....	88
Tabel 4.46. Kategori Motif Secara Keseluruhan .....	89

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Uses dan Gratification Model .....	26
Gambar 2.2. Kerangka Berpikir Penelitian .....	28

## DAFTAR LAMPIRAN

			Halaman
Lampiran	1	Kuesioner .....	96
Lampiran	2	Rekap Jawaban Responden .....	104
Lampiran	3	Hasil Deskripsi Jawaban Responden .....	112

## ABSTRAKSI

Zildhan Pradita, 0843010035, Motif Pembaca Pada Majalah Men's Health  
(Studi Deskriptif Motif Pembaca Pada Majalah Men's Health Di Surabaya)

Informasi saat ini telah menjadi hal yang sangat penting dalam masyarakat yang semakin maju dan berkembang. Setiap orang, badan, dan organisasi berhak untuk memperoleh informasi untuk dapat berkembang dan berinteraksi dengan lingkungannya. Informasi sangatlah berharga bagi manusia karena informasi adalah salah satu kebutuhan bagi manusia untuk bisa mengetahui, memahami, dan mengerti hal-hal yang ada dan terjadi disekitarnya. Kebutuhan antara individu satu dengan individu yang lain berbeda sehingga motif atau aktivitas penggunaan media dan tujuan akhir yang diperolehpun tidak ada yang sama. Individu bebas dalam memilih dan menggunakan media beserta isinya atau sumber-sumber rujukan lain untuk mencapai tujuan akhir yaitu untuk memenuhi kebutuhannya akan sebuah informasi. Motif yang diteliti dalam penelitian ini yakni motif kognitif, identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, motif diversifikasi. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui motif masyarakat membaca majalah Men's Health

Populasi dalam penelitian ini adalah member Araya Family Club Surabaya yakni sebuah tempat fitness yang terletak di daerah Perumahan Galaxy Bumi Permai yang berjumlah 150 orang responden dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data untuk penelitian disini menggunakan dua pendekatan yaitu data primer dan data sekunder. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan tabel frekuensi

Dari hasil pengujian didapatkan hasil sebagian besar responden memberikan motif yang mengarahkan pada kategori tinggi baik pada motif kognitif dan motif identitas personal, motif integrasi dan interaksi sosial pada kategori sedang dan motif hiburan pada kategori rendah.

Kata Kunci : Motif, Majalah Men's Health

## ABSTRACT

Zildhan Pradita, 0843010035, Motive Events People Reading Men's Health Magazine (Motif Descriptive Study Community Events Read Men's Health Magazine in Surabaya)

Information has now become very important in a society that increasingly developed and developing countries. Any person, agency, and organization has the right to obtain information in order to develop and interact with their environment. Information is valuable to humans because information is one of the need for humans to be able to know, understand, and understand the things that exist and its surroundings. Needs between one individual with another individual is different so the motive or purpose of the activity and media use diperolehpun end nothing is the same. Individuals are free in choosing and using the media and its contents or other referral sources to achieve the ultimate goal is to meet the need for an update. Motives are examined in this study the pattern of cognitive, personal identity, integration and social interaction motif, motif diversion. The aim of this research was to determine the motive of the people read the magazine Men's Health

The population in this study are members Araya Family Club Surabaya fitness which is a place located in the area of Earth Permai Housing Galaxy totaling 150 respondents and the sampling technique in this study is a non probability sampling with purposive sampling technique. Data collection for the study here using two approaches, namely primary data and secondary data. The method of data analysis in this study using a frequency table

Results obtained from the test results the majority of respondents gave motif that directs the higher category both cognitive motives, motives of personal identity, integration and social interaction patterns and motifs entertainment.

Keyword: Motives, Men's Health Magazine



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Informasi saat ini telah menjadi hal yang sangat penting dalam masyarakat yang semakin maju dan berkembang. Setiap orang, badan, dan organisasi berhak untuk memperoleh informasi untuk dapat berkembang dan berinteraksi dengan lingkungannya. Informasi sangatlah berharga bagi manusia karena informasi adalah salah satu kebutuhan bagi manusia untuk bisa mengetahui, memahami, dan mengerti hal-hal yang ada dan terjadi disekitarnya. Dan masyarakat akan memasuki suatu peradaban informasi, maka peranan dan posisi informasi menjadi sangat penting.

Setiap orang, badan, lembaga dan organisasi kemasyarakatan mempunyai hak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya dimana informasi dan komunikasi tersebut menjadi tanggung jawab bersama pemerintah, pers, lembaga-lembaga informasi dan masyarakat. Untuk itu perlu dibangun dan dikembangkan jaringan informasi guna tersalurnya kebebasan dalam rangka memperoleh informasi.

Komunikasi dalam kaitannya dengan masyarakat luas dapat diartikan sebagai komunikasi massa, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa modern. Dan media massa ini adalah surat kabar, film, radio dan televisi. Jadi yang diartikan komunikasi massa ialah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah

orang yang tidak tampak oleh si penyampai pesan. Pembaca surat kabar, pendengar radio, penonton televisi dan film, tidak tampak oleh si komunikator. Dengan demikian, maka jelas bahwa komunikasi massa atau komunikasi melalui media massa sifatnya “satu arah” (one way traffic). Begitu pesan disebarkan oleh komunikator, tidak diketahuinya apakah pesan itu diterima, dimengerti, atau dilakukan oleh komunikan (Effendy, 2004:50).

Media menampilkan diri sendiri dengan peranan yang diharapkan, dinamika masyarakat akan terbentuk, media adalah pesan. Jenis media massa yaitu media yang berorientasi pada aspek (1) penglihatan (verbal visual) misalnya media cetak, (2) pendengaran (audio) semata-mata (radio, tape recorder), verbal vokal dan (3) pada pendengaran dan penglihatan (televisi, film, video) yang bersifat verbal visual vokal (Liliweri, 2001).

Media massa terdiri dari media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa cetak terdiri dari majalah, surat kabar, buku. Sedangkan media massa elektronik terdiri dari televisi, radio, film, internet, dan lain-lain. Media cetak seperti majalah, surat kabar dan buku justru mampu memberikan pemahaman yang tinggi kepada pembacanya, karena ia sarat dengan analisa yang mendalam dibanding media lainnya (Cangara, 2005:128).

Diantara beberapa media, media cetak memiliki ciri khas dibandingkan dengan media massa lainnya. Yang penting bukan hanya sifatnya yang merupakan media cetak, tetapi khalayak yang diterpanya bersifat aktif, tidak pasif seperti kalau mereka diterpa media radio, televisi dan film, Pesan melalui media cetak diungkapkan dengan huruf-huruf mati, yang baru menimbulkan makna apabila

khalayak menggunakan tatanan mentalnya (mental set) secara aktif. Karena itu berita, tajuk rencana, artikel, dan lain-lain, pada media cetak harus disusun sedemikian rupa, sehingga mudah dicerna oleh khalayak. Kelebihan media cetak lainnya, ialah bahwa media ini dapat di kaji ulang, didokumentasikan, dan dihimpun untuk kepentingan pengetahuan, serta dapat dijadikan bukti otentik yang bernilai tinggi (Effendy, 2000: 313-314). Keunggulan lain media cetak adalah kemampuannya menguasai waktu, dalam pengertian termassa yang lebih besar dibanding media audio visual artinya kita dapat membaca pesan yang ada di media cetak berapa kalipun yang kita kehendaki (Vardiansyah, 2004:104).

Salah satu jenis media cetak adalah majalah, majalah merupakan media yang terbit secara berkala, yang isinya meliputi bermacam-macam artikel, cerita, gambar dan iklan (Djuroto, 2002:32). Majalah mempunyai fungsi menyebarkan informasi yang ada disekitar lingkungan masyarakat. Selain itu, memberikan hiburan baik dalam bentuk tekstual atau visual seperti gambar kartun maupun karikatur. Media verbal gambar merupakan media yang paling cepat untuk menanamkan pemahaman. Informasi bergambar lebih disukai dibandingkan dengan informasi tertulis karena menatap gambar jauh lebih mudah dan sederhana. Gambar berdiri sendiri, memiliki subjek yang mudah dipahami dan merupakan “simbol” yang jelas dan mudah dikenal (Waluyanto, 2000:128).

Terdapat sejumlah kategori majalah, salah satunya ialah majalah khusus. Kategori majalah khusus ini meliputi pertumbuhan dari kebutuhan, minaty dan perhatian masyarakat, yang dari hari ke hari kian bertambah sesuai dengan peningkatan hidup keseharian yang dikehendaki masyarakat. Khalayak – khalayak

menginginkan majalah yang memfokuskan isinya pada soal – soal khusus pula seperti kesenian, kriminalitas, sejarah, sosial, seks, hal mistik, bahkan sains dan lain-lain (Santana K, 2005 : 97). Majalah yang mengangkat tema khusus salah satunya adalah Majalah Men's Health. Majalah Men's Health mengangkat tema mengenai kesehatan dan penampilan pria

Majalah Men's Health diterbitkan oleh Media Favorit Internasional dan terbit di Indonesia atas lisensi dari Rodale Inc, redaksinya sendiri di jalan HR Rasuna Said Kav, B 32-33 Jakarta 12910. Majalah Men's Health terbit sebulan sekali. Selain tema kesehatan dan penampilan pria yang menjadi tema utama dari majalah Men's Health, majalah Men's Health juga menampilkan beberapa rubrik tentang pria lainnya seperti halnya sedikit dibahas mengenai kehidupan seks pria, hubungan relationship dengan pasangan, otomotif dan modifikasi, dan komunitas.

Dipilihnya Majalah Men's Health sebagai objek penelitian adalah karena adanya kelebihan majalah Men's Health jika dibandingkan dengan majalah pria lainnya seperti halnya majalah Reps. Berbeda dengan majalah pria lainnya, ada beberapa rubrik diluar kesehatan dan penampilan pria yang ditampilkan oleh majalah Men's Health seperti halnya rubrik otomotif, rubrik tentang seks atau rubrik tentang hobi walau tidak merubah konsep awal dari majalah Men's Health sebagai majalah kesehatan pria. Hal tersebut berbeda dengan majalah pria lainnya seperti Reps yang hanya menampilkan mengenai penampilan dan kesehatan pria khususnya dalam hal pembentukan tubuh pria. Men's Health juga memiliki kelebihan karena telah mendapatkan lisensi dari Rodale Inc sebagai pemegang lisensi dari majalah Men's Health di Amerika

Penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa pada dasarnya setiap individu memiliki kebutuhan dalam hidupnya. Kebutuhan antara individu satu dengan individu yang lain berbeda sehingga motif atau aktivitas penggunaan media dan tujuan akhir yang diperolehpun tidak ada yang sama. Individu bebas dalam memilih dan menggunakan media beserta isinya atau sumber-sumber rujukan lain untuk mencapai tujuan akhir yaitu untuk memenuhi kebutuhannya akan sebuah informasi. Penelitian mengenai motif kali ini akan menggunakan pendapat McQuail (2002:72) .

Peneliti tertarik untuk meneliti motivasi pembaca majalah Men's Health karena dilandasi pada asumsi bahwa setiap individu ingin menjadikan dirinya sehat dan berpenampilan menarik. Untuk dapat menjadikan dirinya memiliki tubuh yang sehat dan menarik maka masyarakat memerlukan informasi dan dapat didapatkan dari berbagai media yakni salah satunya adalah media cetak majalah. Pada dasarnya khalayak dalam hal ini pembaca itu aktif dan selektif dalam menggunakan media, mereka memiliki tujuan-tujuan tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang mana antara individu yang satu dengan individu yang lain tidak sama, sehingga memiliki motivasi aktivitas penggunaan media yang diperoleh juga berbeda-beda.

Motif kognitif yang lebih cenderung mengarah kepada keinginan khalayak untuk mencari informasi yang up to date, seperti perkembangan dunia mode, mendapatkan informasi mengenai trik fitness dan diet yang benar atau bahkan tips mengenai sex dengan pasangan. Pembaca beralasan membaca majalah Men's Health pada motivasi informasi dikarenakan pembaca sebelumnya belum

mengetahui mengenai cara mendapatkan tubuh yang sehat dan dengan membaca majalah Men's Health pembaca berharap dapat menerapkannya di kehidupan sehari-hari dan memiliki tubuh yang sehat.

Motif Identitas pribadi (Personal Identity) yaitu niat memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khlayak sendiri seperti ingin meningkatkan pemahaman mengenai dunia fitness, serta untuk menemukan figur yang dapat menjadi contoh atau motivator untuk membentuk tubuh. Pembaca beralasan membaca majalah Men's Health pada motivasi identitas pribadi karena pembaca belum memiliki gambaran mengenai tubuh yang ideal dan dengan membaca majalah Men's Health pembaca dapat menemukan gambaran mengenai tubuh yang ideal.

Motif integrasi dan interaksi sosial (Personal Relationships) yaitu dengan melihat membaca majalah Men's Health pembaca dapat menjadikannya sebagai bahan pembincangan dengan teman atau dapat juga berinteraksi dengan majalah Men's Health karena Men's Health membuka kesempatan kepada pembaca untuk mengirimkan pertanyaan kepada redaksi berkaitan dengan dunia kesehatan dan penampilan pria. Pembaca beralasan membaca majalah Men's Health berkaitan dengan motif integrasi dan interaksi sosial karena pembaca merasa kurang untuk bahan pembincangan dengan teman khususnya mengenai teknik-teknik fitness dan kesehatan tubuh sedangkan pembaca dalam membaca Men's Health berkaitan dengan motif hiburan karena pembaca dapat membaca majalah Men's Health dengan santai dengan melepas kejenuhan selepas beraktivitas atau saat istirahat fitness.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah banyaknya banyak pria yang telah peduli dengan penampilan dirinya salah satunya dengan cara mengikuti olahraga yang dapat membentuk tubuh seperti halnya fitness, membeli produk produk yang dapat membuat tampilan diri menjadi lebih menarik atau membeli pakaian yang dapat meningkatkan kepercayaan diri. Berbagai motivasi juga melatar belakangi perilaku yang satu ini. Selain untuk tujuan menyehatkan tubuh, tetapi banyak juga yang ikut fitness agar tubuhnya terbentuk indah dan sexy (<http://wolipop.detik.com/read/2012/09/27/073413/2039058/234/centil-semakin-banyak-pria-yang-pakai-kosmetik-pasangannya>).

Subjek dalam penelitian ini adalah member Araya Family Club Surabaya yakni sebuah tempat fitness yang terletak di daerah Perumahan Galaxy Bumi Permai. Alasan pemilihan member Araya Family Club Surabaya adalah Araya Family Club Surabaya berlangganan majalah Men's Health dan diletakan sebagai bahan bacaan membernya. Alasan lain peneliti memilih member Araya Family Club Surabaya sebagai subjek penelitian adalah peneliti merupakan salah satu anggota di Araya Family Club Surabaya sehingga mudah untuk mendapatkan data yang diinginkan.

Berdasarkan uraian diatas maka judul dalam penelitian ini adalah "Motivasi Pembaca Pada Majalah Men's Health (Studi Deskriptif Motivasi Pembaca Pada Majalah Men's Health di Surabaya)"

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan sebelumnya maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana motif masyarakat membaca majalah Men’s Health di Surabaya?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui motif membaca majalah Men’s Health di Surabaya

## 1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi bahan informasi atau masukan yang bermanfaat antar lain :

### 1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak pembuat majalah dalam mengembangkan dan meningkatkan isi dari majalah yang dibuat agar dapat lebih bermanfaat bagi pembacanya.

### 2. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan khususnya komunikasi massa yang berkaitan dengan motif masyarakat.